

**NASKAH PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN SISTEM PEMASARAN BERBASIS WEBSITE**

**PADA PT. HAMUDHA PRIMA MEDIA**



**Disusun Oleh :**

**NORMA PUSPITA TIMUR**  
**NIM : D 600 070 011**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**2013**

## **SURAT PERSETUJUAN ARTIKEL NASKAH PUBLIKASI ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi/ Tugas Akhir

Nama : Akhmad Kholid Al-Ghofari, ST, MT

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah yang merupakan ringkasan skripsi / tugas akhir dari mahasiswa :

Nama : Norma Puspita Timur

NIM : D 600070011

Program Studi: Teknik Industri

**Judul Skripsi : PERANCANGAN SISTEM PEMASARAN  
BERBASIS WEBSITE PADA PT. HAMUDHA PRIMA  
MEDIA**

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan ini dibuat semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta juli 2013

Pembimbing



(Akhmad Kholid Al-Ghofati, ST, MT)

## **HALAMAN PENGESAHAN**

### **PERANCANGAN SISTEM PEMASARAN BERBASIS WEBSITE pada PT. HAMUDHA PRIMA MEDIA**

Naskah Publikasi Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari/Tanggal :

Jam :

#### **Disusun Oleh:**

Nama : Norma Puspita Timur

NIM : D 600.070.011

Jur/Fak : Teknik Industri/Teknik

#### **Mengesahkan:**

Dosen Pembimbing I



Ahmad Kholid Alghofari, ST.MT T

Dosen Pembimbing II



Much.Djunaidi, ST. MT

Ketua Jurusan



(Hafidh Munawir, ST.MEng)

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah publikasi tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Surakarta, Januari 2013

Yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink, enclosed in a rectangular box. The signature is stylized and appears to be 'Norma Puspita Timur'.

Norma Puspita Timur

## **PERANCANGAN SISTEM PEMASARAN BERBASIS WEBSITE PADA PT. HAMUDHA PRIMA MEDIA**

**Norma Puspita Timur<sup>1</sup>, Ahmad Kholid Alghofari<sup>2</sup>, Much. Djunaidi<sup>3</sup>**

Mahasiswa Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah  
Surakarta

Email: puspitanorma73@yahoo.com

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura 57102 Telp 0271 717417

Staf Pengajar Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah  
Surakarta

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura 57102 Telp 0271 717417

### **ABSTRAK**

*PT. Hamudha Prima Media merupakan perusahaan percetakan dan penerbitan. Pada saat ini masih menggunakan jasa tenaga kerja dalam memasarkan produknya. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membuat perusahaan bersaing dengan sangat ketat. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada yaitu internet, perusahaan bisa memasarkan produknya dengan jangkauan yang sangat luas. Sehingga dirancang sebuah sistem pemasaran menggunakan website di PT. Hamudha Prima Media.*

*Pembuatan Website dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan sistem, Perencanaan website yang berupa context diagram, dekomposisi proses, data flow diagram, dan entity relationship diagram. Kemudian dilanjutkan dengan perancangan website yang menggunakan Joomla.*

*Hasil yang diperoleh dari pembuatan website adalah menyediakan fitur atau informasi perusahaan secara online sehingga bisa diakses dengan jangkauan yang sangat luas. Website berisi tentang informasi perusahaan yang disajikan pada menu profil, produk yang dihasilkan atau ditawarkan yang disajikan pada menu Produk, katalog buku yang diterbitkan yang disajikan pada menu katalogbuku dan download katalog, dan cara pemesanan yang disajikan dalam menu order dan contact.*

*Kata kunci: Perancangan, Website, Pemasaran,*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi yang maju pesat dan dengan adanya perekonomian dunia secara global membuat persaingan bisnis perusahaan semakin ketat dimana pihak manajemen tingkat atas dituntut untuk memikirkan langkah strategis dalam setiap perencanaan aktifitas perusahaan. Salah satu usaha yang

ditempuh perusahaan dalam memenangkan persaingan yaitu dengan menggunakan internet sebagai media informasi yang lengkap dan akurat. Dengan kemudahan menggunakan internet saat ini konsumen dapat mencari suatu produk yang ditawarkan oleh produsen, konsumen dapat berkomunikasi dengan produsen secara online dan konsumen dapat langsung mengetahui informasi produk yang akan dibeli.

Pemasaran dalam internet terus berkembang dengan cepat. Banyak perusahaan maju maupun yang berkembang memanfaatkan teknologi ini untuk memasarkan produknya. Selain dapat menekan biaya pemasaran, jangkauannya yang luas membuat internet menjadi lahan pemasaran di banyak perusahaan.

Adapun tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Merancang sistem pemasaran menggunakan website.
2. Menghasilkan sistem pemasaran menggunakan website.

## **LANDASAN TEORI**

Sebagaimana kita ketahui bahwa kegiatan pemasaran adalah berbeda dengan penjualan, transaksi ataupun perdagangan. *American Marketing Association* 1960, mengartikan pemasaran sebagai pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Definisi ini hanya menekankan aspek distribusi ketimbang kegiatan pemasaran. Sedangkan fungsi-fungsi lain tidak diperlihatkan, sehingga kita tidak memperoleh gambaran yang jelas dan lengkap tentang pemasaran. Sedangkan definisi lain, dikemukakan oleh *Philip Kotler* dalam bukunya *Marketing Management Analysis, Planning, and Control*, mengartikan pemasaran secara lebih luas, yaitu: Pemasaran adalah Suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. (Lubis : 2004)

Theodore Levitt dari Harvard menggambarkan perbedaan pemikiran yang konsep antara penjualan dan pemasaran yaitu penjualan berfokus pada kebutuhan penjual, pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli. Penjual memberi perhatian pada kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang tunai, pemasaran memikirkan cara memuaskan kebutuhan pelanggan melalui sarana-sarana produk dan segala sesuatu yang berkaitan dengan permasalahan menciptakan, menyerahkan, dan akhirnya mengkonsumsinya. Konsep pemasaran berdiri di empat pilar yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan pemasaran terpadu atau terintegrasi, dan kemampuan menghasilkan laba. Lihat Tabel .1(Katler:2005:22)

**Tabel 1: TABEL PERBANDINGAN ANTARA PENJUALAN DAN PEMASARAN**

	<b>Penjualan</b>	<b>Pemasaran</b>
Fokus	Produk	Kebutuhan Konsumen
Fokus Organisasi	Kedalam, didasarkan pada keinginan organisasi	Ke luar berdasarkan pada kebutuhan dan pilihan konsumen
Sarana	Menjual dan berpromosi	Pemasaran terintegrasi
Untuk siapa produk ditujukan	Setiap Orang	Kelompok orang tertentu
Hasil	Laba melalui volume penjualan	Laba melalui kepuasan konsumen
Cara mencapai sasaran/hasil	Promosi intensif	Melalui koordinasi pemasaran dan aktivitas antara fungsi-fungsi

Perbandingan antara penjualan dan pemasaran tidak berarti meremehkan peran promosi, khususnya penjualan pribadi, dalam bauran pemasaran. Promosi adalah sarana bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan konsumen yang ada saat ini maupun calon konsumen tentang penilaian dan karakteristik dari perusahaan dan produk mereka. Promosi yang efektif merupakan bagian penting dari pemasaran efektif. Tenaga penjual yang bekerja pada organisasi yang berorientasi pasar umumnya diterima oleh konsumen sebagai pemecah masalah dan jaringan yang penting untuk menawarkan sumber daya dan produk baru. (Lamb dkk: 2001: 19)

Pemasaran (*Marketing*) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Seseorang yang bekerja di bidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran

dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju. Pemasaran lebih dipandang sebagai seni daripada ilmu, maka seorang ahli pemasaran tergantung pada lebih banyak pada ketrampilan pertimbangan dalam membuat kebijakan daripada berorientasi pada ilmu tertentu. Pandangan ahli ekonomi terhadap pemasaran adalah dalam menciptakan waktu, tempat dimana produk diperlukan atau diinginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (konsep pemasaran). Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah sebuah rencana yang memungkinkan perusahaan mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya untuk mencapai tujuan pemasaran dan perusahaan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Obyek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah PT. Hamudha Prima Media, yang beralamat di Jl. Embarkasi haji Km. 1 Gagak Sipat, Boyolali. Penelitian yang akan dilaksanakan adalah perancangan sistem informasi mangemen berbasis website dengan menggunakan CMS joomla.

### **2. Langkah-Langkah dalam Penelitian**

Untuk penyelesaian kasus, maka penulis menguraikan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian PT. Hamudha Prima Media., sebagai acuan untuk pengambilan data, yaitu:

#### **a. Studi Lapangan**

Cara mendapatkan data yang dilakukan secara langsung mengunjungi obyek. Kegiatan tersebut adalah:

#### **b. Wawancara (*interview*)**

Yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

#### **c. Dokumentasi**

Yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan mendapatkan sejumlah informasi . Contoh program program yang dilakukan, profil perusahaan dan lain-lain.

Dari uraian diatas, Jenis data yang diambil dalam penelitian ini ada berbagai macam data yang digunakan adalah sebagai berikut:



- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.
- b. Data sekunder yaitu data yang berupa data-data historis, catatan-catatan, berkas yang dapat mendukung dalam penulisan penelitian. Adapun data-data yang diambil adalah:
  - 1) Data tentang perusahaan  
Data tentang perusahaan meliputi, profil, visi dan misi, struktur perusahaan danlainnya
  - 2) Data Produk.  
Produk yang di perjualankan yaitu macam macam buku.
- d. Studi Pustaka  
Dimaksudkan untuk menggali landasan teori yang berhubungan dengan Sistem informasi berbasis website dengan CMS Joomla, yang berasal dari perpustakaan, perusahaan yang bersangkutan serta dari literatur-literatur terdahulu yang terkait dengan masalah Sistem informasi berbasis website dengan CMS Joomla sebagai acuan untuk penelitian ini.

### 3. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data ini meliputi beberapa tahap yaitu:

- a. Tahap Identifikasi Kebutuhan Sistem  
Tahap perancangan ini, yaitu: menentukan tujuan pembuatan sistem website, dan menentukan siapa saja elemen yang menggunakan sistem ini. Pengambilan informasi tentang perusahaan berupa database perusahaan struktur organisasi perusahaan, informasi produk dan lain –lain.
- b. Tahap Perencanaan Pembuatan Website  
Tahap ini sistem dirancang dengan menghubungkan informasi yang saling berhubungan dan dibutuhkan diantara *stake holder* sehingga dapat membentuk suatu sistem informasi pemasaran dan penjualan. Langkah-langkah dalam identifikasi kebutuhan sistem diantaranya yaitu:
  - 1) Merancang *Context Diagram*  
Berfungsi sebagai langkah untuk merancang hubungan informasi antar *stake holder* yang ada didalam sebuah sistem. Diantaranya adalah kebutuhan informasi diantara objek wisata, alat transportasi wisata, konsumen yang berhubungan dengan satu elemen.
  - 2) Merancang Dekomposisi  
Berfungsi untuk mengetahui *input* dan *output* yang terjadi dalam sebuah sistem.

- 3) Merancang *Data Flow Diagram* (DFD)\Berfungsi untuk merancang proses penjualan yang terjadi dalam sebuah sistem informasi.
- 4) *Entity Relationship Diagram* (ERD)  
Tabel yang telah dirancang kemudian dicari *entity relationship* melalui ERD (*Entity Relationship Diagram*).

c. Tahap Perancangan Website

Tahap perancangan desain website ini sangat dibutuhkan untuk mendapatkan gambaran awal situs website yang akan dirancang nantinya.

1) Pengorganisasian situs website

Situs website menghasilkan dua halaman yaitu halaman depan (*front page*) dan halaman belakang (*back-end*). Fungsi dari halaman depan (*front page*) adalah ditujukan kepada setiap pengunjung yang ingin memesan produk atau hanya ingin melihat atau berkunjung saja. Sedangkan halaman belakang (*back-end*) merupakan halaman *admin* yang digunakan operator untuk mengedit dan membuat website.

2) Desain tampilan grafis situs website

Perancangan desain grafis situs website akan mempermudah dalam proses perancangan. Pembuatan desain situs website ini dilakukan dalam dua hal, yaitu:

a) Mendesain halaman muka

Halaman muka merupakan halaman pertama yang akan ditampilkan sekaligus sebagai halaman terdepan dari situs ini. Di dalamnya terdapat beberapa *link* menuju ke beberapa aplikasi. Diantaranya menu informasi perusahaan, informasi produk.

b) Memformat obyek gambar

Perancangan sistem informasi ini juga akan dilengkapi dengan gambar *photoshop*. Untuk dapat ditampilkan dalam website obyek gambar harus di format dalam bentuk jpg atau gif.

c) Perancangan struktur database

Untuk membuat database kita memerlukan pengolahan data pada joomla. Pengolahan basis data atau database menggunakan komponen joomla skrip yang sudah terinstal dalam joomla.

d) Pengujian program

Program yang sudah dirancang akan di uji pada *Mozilla Firefox* menggunakan *hosting*. Dalam tahap pengujian ini dilakukan dengan menguji menu-menu navigasi apakah sudah berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Menu-menu navigasi ini dapat

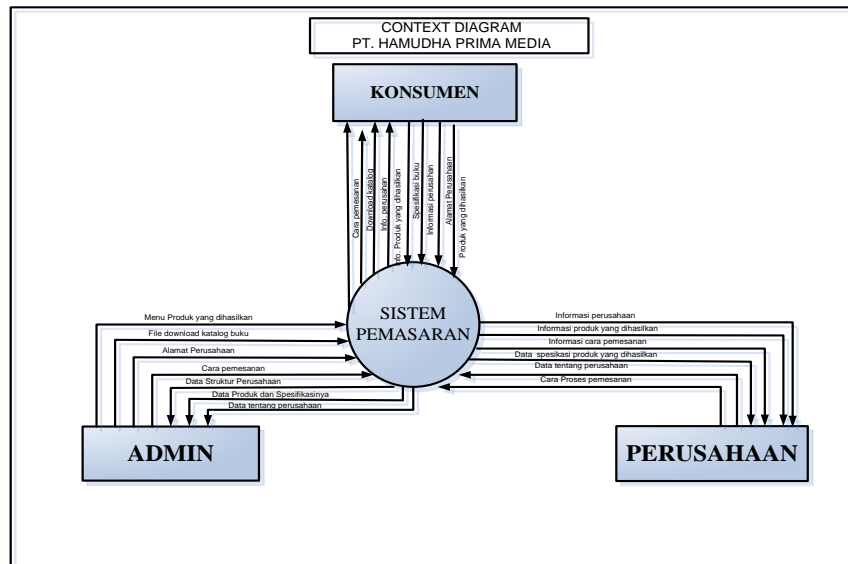
berupa hubungan satu halaman ke halaman yang lainnya atau dari satu halaman ke halaman yang sama dengan lokasi yang berbeda. Selain menguji menu navigasi juga dilakukan pengujian pada database apakah sudah terhubung dengan *web server* atau belum. Adapaun langkah-langkah untuk melakukan pengujian program yang telah dibuat sebagai berikut Klik *Mozilla Firefox* dan ketik situs halaman yaitu halaman administrator untuk mengoperasikan dan mengedit website joomla yang terinstal dalam *hosting di cpanel*, untuk melihat hasil rancangan website klik pada tombol *preview* pada halaman administrator.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengumpulan maka dilakukan sebuah perancangan sebuah kebutuhan sistem

### 1. Context Diagram

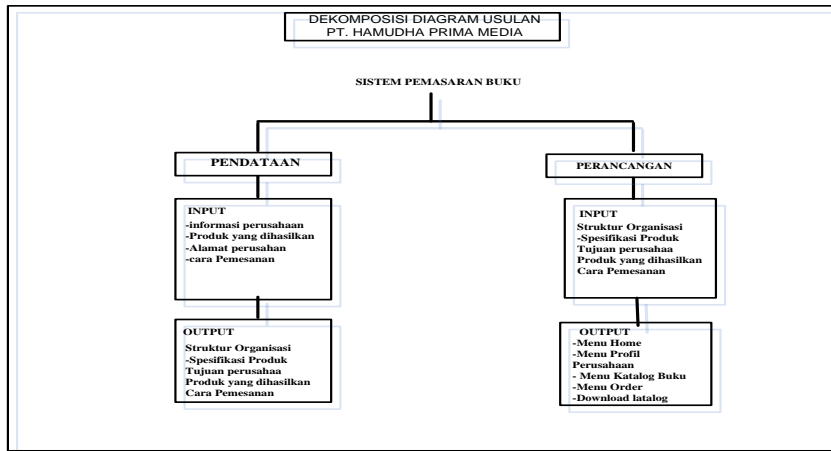
Context Diagram merupakan tingkatan tertinggi dalam diagram aliran data dan hanya memuat satu proses, menunjukkan sistem secara keseluruhan. (Magfirah,dkk: 2012)



Gambar 1 Context Diagram PT.Hamudha Prima Media

### 2. Dekomposisi Proses

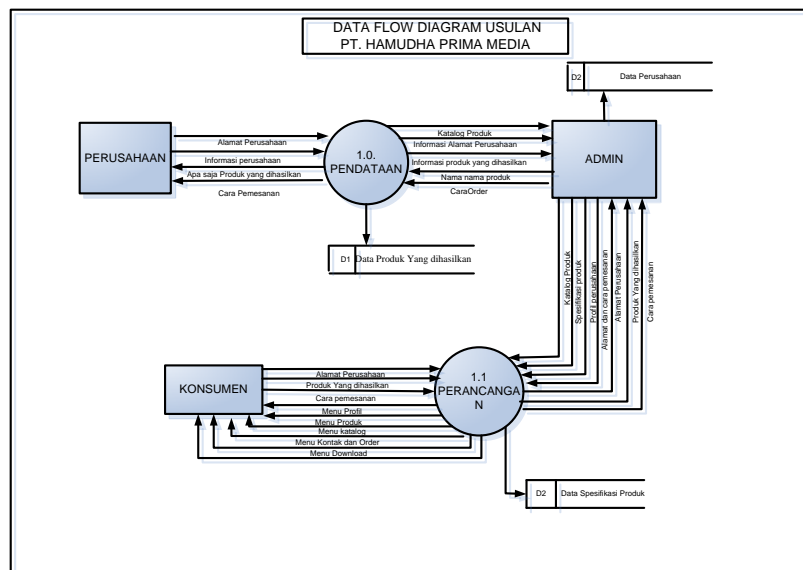
Dekomposisi proses adalah aktivitas mendekomposisikan proses utama pada context diagram menjadi beberapa proses yang lebih detail. Setiap proses harus memiliki minimal 1 input dan 1 output. (Magfirah,dkk: 2012)



Gambar 2 : Dekomposisi Diagram PT.Hamudha Prima Media

### 3. Data Flow Diagram (DFD)

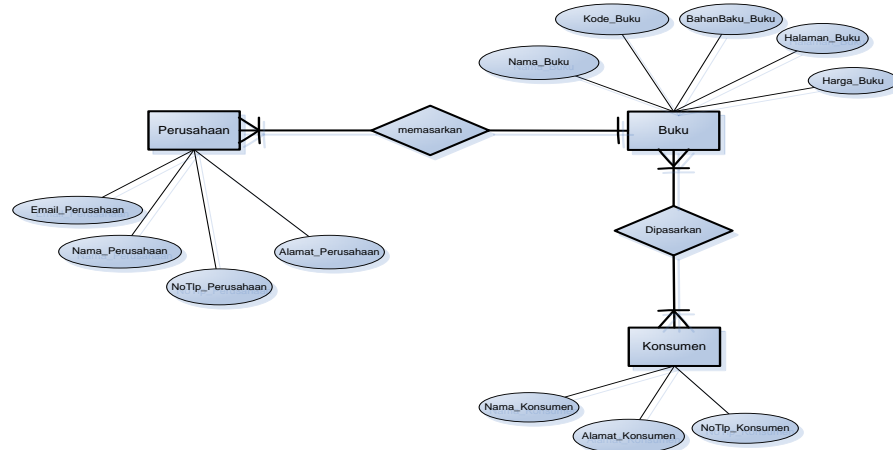
Data Flow Diagram atau dalam bahasa Indonesia biasa disebut Diagram Aliran Data adalah diagram untuk menggambarkan aliran data dalam sistem, sumber dan tujuan data, proses yang mengolah data tersebut, dan tempat penyimpanan datanya. Sistem yang dimaksud disini adalah sistem perangkat lunak, sistem informasi, sistem perangkat keras, atau sistem berbasis komputer lainnya. Data flow diagram juga dapat digunakan untuk menggambarkan aktivitas proses secara parallel. (Magfirah,dkk: 2012)



Gambar 4 :Data Flow Diagram PT.Hamudha Prima Media

### 4. Entity Relational Diagram (E-R Diagram)

Entity Relational Diagram merupakan salah satu pemodelan data konseptual yang paling sering digunakan dalam proses pengembangan basis data bertipe relasional.



Gambar 5 : Entity Relational Diagram PT.Hamudha Prima Media

Setelah dilakukan perancangan kebutuhan sistem maka dilakukan tahap selanjutnya, yaitu tahap perancangan website. Tahap Perancangan website yaitu

a. Pertama

Instalasi xampp, XAMPP adalah perangkat lunak untuk menjadikan computer kita sebagai *web server*. XAMPP adalah perangkat lunak yang menyediakan aplikasi untuk keperluan *web sever* dalam satu paket. Dengan XAMPP, instalasi dan konfigurasi *server* Apache, Php, dan MySQL dapat dilakukan secara otomatis. XAMPP adalah singkatan dari X, dibaca “*cross*” yang berarti *cross platform*, yaitu biasa digunakan dalam berbagai sistem operasi komputer. XAMPP adalah perangkat lunak bebas dan bias didapatkan secara gratis.

b. Kedua

Instalasi Joomla. Joomla adalah salah satu perangkat lunak *content management system* (CMS) untuk membuat dan mengatur isi website. Joomla akan memudahkan dalam pembuatan website. Dengan Joomla, seseorang yang tidak mempunyai keahlian pemograman juga bisa membuat website seperti layaknya profesional.

c. Ketiga

Desain Website, Pada tahap ini penulis melakukan perancangan sesuai kebutuhan sistem yang ada dan yang diperlukan.

d. Keempat

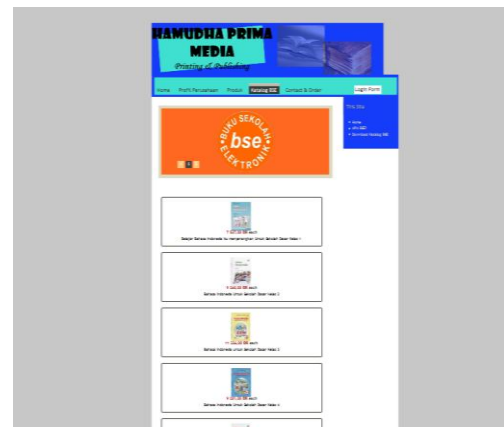
Pengujian, dalam tahap pengujian ini, website di uji apakah sudah benar atau sudah layak untuk di publikasikan, Jika sudah, dilakukan tinggal men-*upload* ke jaringan internet agar bisa di akses oleh publik.

Dengan melalui beberapa tahap, dihasilkan sebuah alamat website hamudha.hol.es.

Webseti berisi tentang informasi perusahaann yang disajikan pada menu profil, produk yang dihasilkan atau ditawarkan yang disajikan pada menu Produk, katalog buku yang diterbitkan yang disajikan pada menu katalogbuku dan download katalog, dan cara pemesanan yang disajikan dalam menu order dan contact.



Tampilan Menu HOME



Tampilan Menu Katalog BSE

## DAFTAR PUSTAKA

Lubis, Alina Nurbaity. 2004. Strategi Pemasaran dalam persaingan Bisnis. Sumatera Utara: Program Study Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid Satu. Jakarta: Indeks

Lamb, Charles W. Hair, Joseph F. McDaniel, Carl. 2001. Pemasaran Buku 1. Jakarta: Salemba Empat

Magfirah, Amalia. Darwiyanto, Eko, Lalu, Heriyono. 2012. Website Penjualan Handphone Online. Bandung: Program Studi manajemen Politeknik Telkom Bandung